

عنوان مقاله:

کاربرد هزینه یابی هدف در حسابداری مدیریت

محل انتشار:

اولین همایش ملی راهکارهای ارتقاء مباحث مدیریت، حسابداری و مهندسی صنایع در سازمانها (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

خدیجه فردی - کارشناس ارشد حسابداری، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گچساران

نصرالله آموزش - کارشناس ارشد حسابداری، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گچساران

خلاصه مقاله:

محیط تجاری رقابتی، مؤسسات را ملزم کرده است که محصولاتی را با کیفیت و مطابق خواست مشتریان، در حالی که قیمت های فروش کاملاً توسط بازار تعیین می شود را تولید نمایند. عرضه کنندگانی که بتوانند محصولاتی را با کیفیت و کارکرد مشابه اما قیمت های پائین تر به بازار ارائه کنند، گویی سبقت را از دیگر رقبا خواهند ربود و سهم خود را در بازار افزایش خواهند داد. یکی از مهمترین تکنیک هایی که می تواند مؤسسات را در این راه کمک کند سیستم هزینه یابی هدف می باشد. هزینه یابی هدف یک مقوله استراتژیک در مدیریت هزینه است که به طور عمده تمرکز خود را بر مدیریت هزینه محصولات آتی واحد تولیدی معطوف می کند. در هزینه یابی هدف نگرش این است که چون بعد از طراحی یک محصول بخش عمده ای از هزینه های آن تعهد می شود، کاهش هزینه امکان پذیر نخواهد بود مگر با طراحی مجدد محصول، در این تکنیک قبل از مرحله تولید به مدیریت هزینه توجه می شود تا محصولی با بهای تمام شده از پی تعیین شده تولید و در عین حال سود مورد نظر مدیریت را تأمین نماید. هزینه یابی هدف در ایران با مشکلات عدیده ای مواجه است ولی مزایا و آینده دنیای تجارت ما را مجبور به استفاده از این روش بسیار سودمند خواهد کرد.

کلمات کلیدی:

هزینه یابی هدف، حسابداری مدیریت، مزیت رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/213243>

